

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC  
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

**MAGNUS FLORIANO DA SILVA**

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICA E FINANCEIRA DE UMA EMPRESA,  
DE CASES CUSTOMIZADOS PARA INSTRUMENTOS MUSICAIS.**

**CRICIÚMA  
2015**

**MAGNUS FLORIANO DA SILVA**

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICA E FINANCEIRA DE UMA EMPRESA,  
DE CASES CUSTOMIZADO PARA INSTRUMENTOS MUSICAIS.**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Orientador: Prof. Joelcy José Sá Lanzaolini.

**CRICIÚMA**

**2015**

**MAGNUS FLORIANO DA SILVA**

**ESTUDO DE VIABILIDADE ECONOMICA E FINANCEIRA DE UMA EMPRESA,  
DE CASES CUSTOMIZADO PARA INSTRUMENTOS MUSICAIS.**

Monografia apresentada para a obtenção do grau de Bacharel em Administração, no Curso de Administração de Empresas da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC.

Criciúma, 23 de novembro de 2015.

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Esp. Joelcy José Sá Lanzaolini – Orientador - (UNESC)

---

Prof. Msc. Thiago Henrique Almino Francisco - (UNESC)

---

Prof. Dimas de Oliveira Esteves - Doutor- (UNESC)

### **DEDICATÓRIA**

Aos meus pais, irmãos e amigos, que estiveram sempre presentes em todos os momentos dessa jornada, sempre me ajudando e dando força para continuar, e lembrando que desistir não era uma alternativa.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecer primeiramente aos meus pais, Luiza Elci Carneiro Floriano e Antonio Sólon Serpa da Silva, que sempre me ensinaram a caminhar pelo caminho do bem, nunca desistir dos objetivos, acreditando que eu era capaz de ir mais longe, e fazer do conhecimento um instrumento de mudança.

Ao meu orientador o Professor Joelcy José Sá Lanzaolini, que sempre esteve disposto a ajudar nessa etapa, desde o primeiro contato se mostrou disposto e abraçou a causa, sempre direcionando a pesquisa a fim de obter o melhor do conteúdo, com muita sabedoria e paciência.

Também não posso deixar de agradecer o meu amigo e objeto dessa pesquisa Adriano Souza que sempre esteve disposto a ajudar cedendo informações as quais eu o questionava sempre que preciso.

Aos amigos que fiz na universidade que por quatro anos estiveram ali sempre incentivando e trocando conhecimentos.

A todos os professores que ajudaram nessa conquista sempre dispostos a ensinar e contribuir com a formação acadêmica de cada aluno.

Agradeço à coordenação do curso de Administração com por oferecer aos alunos as melhores condições de estudo possíveis, nos envolvendo em eventos direcionados à nossa área, e assim estendo meus agradecimentos a UNESC também.

## RESUMO

FLORIANO, Magnus. **Estudo de viabilidade econômica e financeira de uma empresa, de cases customizados, para instrumentos musicais.** 2015. 51 páginas. Monografia do Curso de Administração, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

O estudo de viabilidade econômica e financeira vem dar suporte ao pequeno empreendedor brasileiro que ainda não tem essa cultura de desenvolver o projeto antes de por ele em prática, esse estudo ajuda a avaliar o mercado a qual se está inserindo a empresa, facilitando assim sua inserção no mercado, isso não impede que alguns problemas possam afetá-la, mas contribui para uma série de benefícios. No Brasil onde 35% das empresas declaram falência logo no seu primeiro ano de existência e 71% não conseguem atingir cinco anos, faz com que atenhamos para essa questão de estruturar uma empresa antes, não negligenciar seus custos, seus deveres como empresa e conhecer o mercado. Diante desse cenário o estudo teve como objetivo analisar, conhecer e estudar o cenário a qual se encontra a empresa a fim de sugerir melhorias, que vejam a guiar a empresa, que se encontra em seu início de atividade. O estudo caracteriza-se por ser de caráter descritivo por expor características de determinada região ou população. Com o trabalho pretende-se mostrar a viabilidade econômica e financeira de uma empresa que trabalha na produção de cases customizado para instrumentos musicais.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo. Financeira. Customização.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Investimentos físicos .....	34
Tabela 2 - Investimentos matéria prima.....	35
Tabela 3 - Investimentos totais .....	36
Tabela 4 - Recursos.....	36
Tabela 5 - Insumos .....	37
Tabela 6 - Custo de produção .....	37
Tabela 7 - Custos e faturamentos.....	39
Tabela 8 - Margem de contribuição .....	40
Tabela 9 - Fluxo de caixa.....	41
Tabela 10 - Alíquotas e partilha do simples nacional.....	42
Tabela 11 - Demonstração do resultado do exercício .....	43
Tabela 12 – Análises financeiras .....	44
Tabela 13 - Análises .....	45

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>10</b>
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA.....	11
1.2 OBJETIVOS.....	12
<b>1.2.1 Geral.....</b>	<b>12</b>
<b>1.2.2 Específicos .....</b>	<b>12</b>
1.3 JUSTIFICATIVA.....	12
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>14</b>
2.1 OS PARADIGMAS DA ADMINISTRAÇÃO .....	14
<b>2.1.1 Velhos e novos paradigmas .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1.2 O papel da Administração no desenvolvimento econômico .....</b>	<b>16</b>
2.2 A CULTURA EMPREENDEDORA NO BRASIL .....	16
<b>2.2.1 Desenvolvendo uma visão empreendedora .....</b>	<b>17</b>
2.3 O PLANO FINANCEIRO .....	17
<b>2.3.1 investimento inicial.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3.2 Custos e despesas .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.3 Margem de contribuição .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.4 Preço de venda .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.5 Receitas .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.6 Demonstrativo de resultado (DRE).....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.7 Fluxo de caixa .....</b>	<b>24</b>
<b>2.3.8 Balanço patrimonial.....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.9 Tempo de retorno do investimento (<i>payback</i>) .....</b>	<b>25</b>
<b>2.3.10 Valor presente líquido (VPL).....</b>	<b>26</b>
<b>2.3.11Taxa interna de retorno (TIR).....</b>	<b>27</b>
<b>3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....</b>	<b>29</b>
3.1 QUANTO A ABORDAGEM DO PROBLEMA.....	29
3.2 QUANTO AOS FINS.....	30
3.3 QUANTO AOS MEIOS .....	30
3.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO .....	31
<b>4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA.....</b>	<b>32</b>



4.1 DADOS DA EMPRESA.....	32
4.2 INVESTIMENTOS.....	34
4.3 INSUMOS .....	36
4.4 LEVANTAMENTOS DE CUSTOS DE PRODUÇÃO.....	37
4.5 CUSTOS E FATURAMENTO .....	38
4.6 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO .....	40
4.7 FLUXO DE CAIXA E DRE .....	41
4.8 ANALISE DOS INDICADORES .....	44
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>47</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>49</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente o Brasil encontra-se na busca pelo desenvolvimento empreendedor na sua sociedade, assunto muito discutido e trabalhado em outros países mais desenvolvidos. O histórico cultural do Brasil mostra que até então o País não tinha desenvolvido o espírito empreendedor.

Para Dolabela (1999), em tese ninguém nasce empreendedor. O contato com família, escola, amigos, trabalho, sociedade vai favorecendo o desenvolvimento de alguns talentos e características de personalidade. Isso acontece ao longo da vida.

Segundo Dornelas (2005), o empreendedorismo no Brasil toma forma na década de 1990, com a criação de órgãos responsáveis pelo o estudo dessas praticas como o SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio as Micros e Pequenas Empresas) e o SOFTEX (Sociedade Brasileira para Exportação de Software). Mas é a partir de 2008 com a crise econômica sem precedentes na historia do país, que surge um novo paradigma na cultura empreendedora do Brasil.

Segundo o SEBRAE (2008), nesse novo cenário, a atividade empreendedora tornou-se ainda mais importante para o desenvolvimento econômico do país.

De acordo com o, *Global Entrepreneurship Research Association*, as pessoas podem ser levadas ao empreendedorismo por dois motivos alternativos: necessidade ou oportunidade. Para Brito, Wever (2003), Um dos grandes sonhos de milhões de brasileiros é ter sua própria empresa, seu próprio negócio para que possa gerir controlar, participar de um projeto, criar e empreender. Mas não levar em conta condições do mercado como, analisar e compreender o funcionamento e o processo de criação de um negócio tem nos mostrado uma triste realidade no Brasil.

Segundo o SEBRAE-SP (1999), 35% das empresas fracassam no primeiro ano de operação, e 71 % não conseguem chegar a cinco anos de vida. Isso acontece porque são negligenciados fatores muito importantes na hora de avaliar e analisar a rentabilidade do seu negocio.

A falta de planejamento na estruturação do negócio assim como um plano de negócios bem elaborado são fatores mais recorrentes no insucesso dos empreendedores brasileiros.

Na hora de identificar futuros negócios ou possíveis áreas a serem

investigada, e natural à inclinação na análise para questões que são do nosso cotidiano, que são nossas praticas habituais.

### 1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

Para Lezana (2000), um aspecto importante para caracterizar o empreendedor é a sua, capacidade e estilo para resolver problemas. Na busca por um objeto de estudo, o pesquisador, encontrou na área de *cases* sobre medida para instrumentos musicais, uma possibilidade de investimento. Da necessidade pessoal do pesquisador e em conversas com amigos constatou se não existir uma empresa na região Sul de Santa Catarina que disponibiliza se esse tipo de serviço.

Procurando atender essa lacuna, surge a idéia da criação de uma empresa especializada na elaboração e execução de projetos de *cases* sob medidas para instrumentos musicais.

Buscando entender e conhecer melhor o mercado empreendedor no Brasil, o pesquisador optou por elaborar um plano de negócios para assim tomar as melhores decisões, sabendo das dificuldades que o mercado apresenta encontrou se no plano de negócios um forte aliado no desenvolvimento dessas tarefas, as quais são imprescindíveis para o sucesso que vem acrescentar na vida do pesquisador como acadêmico e empreendedor.

De acordo com Bressan (2006) todo empreendedor deve ter a missão de contribuir para o crescimento econômico buscando alcançar satisfação pessoal e ambicionando lucro no seu negocio.

O pesquisador pretende investir nesse ramo, por ser um serviço de uso do pesquisador, e por ter identificado a possibilidade de sucesso e também por conhecer o publico que deseja alcançar.

Portanto, com base nas questões identificadas sobre a escolha do tema para essa pesquisa, surge a seguinte questão de pesquisa: **“Quais os indicadores que confirmam a viabilidade de uma empresa de *cases* customizados para instrumentos musicais?”**.

## 1.2 OBJETIVOS

### 1.2.1 Geral

O objetivo geral dessa pesquisa se configura no seguinte termo: “Apresentar indicativos que confirmem a viabilidade econômica e financeira de uma empresa de *cases* customizado para instrumentos musicais”.

### 1.2.2 Específicos

Os objetivos específicos são os seguintes:

1. Apresentar, por meio da construção do Planejamento financeiro, os principais indicadores que confirmam ou não a viabilidade econômica e financeira da empresa.
2. Analisar os indicativos apresentados a partir dos resultados encontrados no Plano de Viabilidade.
3. Sugerir alternativas de ação para a implantação de novas diretrizes baseadas nos resultados financeiros obtidos da empresa.

## 1.3 JUSTIFICATIVA

O pesquisador observou que a uma carência no mercado na área de *cases* customizado, apesar de haver algumas empresas brasileiras atuando no mercado de *cases* elas não trabalham com personalização dos mesmos, são produtos padrão, mesmas cores, os materiais usados também são sempre os mesmos e com tamanhos muito parecidos.

O objetivo desse estudo é identificar o potencial de sucesso de uma empresa especializada na construção de *cases* customizado. Esse estudo se faz importante por analisar fatores indispensáveis na construção de um negócio ou prestação de serviços tais como: indicativos que confirmam a viabilidade da empresa, elaboração de um plano de negócio consistente assegurando uma análise mais detalhada do mercado a ser explorado.

Também vem ser importante para a região por apresentar uma nova visão, um novo seguimento, assim como uma nova oportunidade de negócio a ser

explorada já que empresas com características semelhantes só são encontradas nos grandes centros.

Será importante para a UNESCO que ao termino desse estudo mesmo ele mostrando se viável ou não terá disponível um material exclusivo disponível para os futuros alunos, servindo assim de objeto de pesquisa enriquecendo ainda mais o conhecimento e ao acervo da universidade.

Também é de grande importância para o pesquisador, pois veem alimentar uma vontade de investir nesse ramo.

De acordo com os resultados obtidos no plano de viabilidade, é que serão as diretrizes tomadas pelo pesquisador procurando obter os melhores resultados.

Trabalhar aquilo que lhe foi ensinado em anos de estudo acadêmico, dos mais diferenciados temas que juntos compõe a administração, empreendedorismo, marketing, administração estratégica, financeira e mercadológica entre outros.

Este estudo torna se viável pelo conhecimento do pesquisador, na área de *cases*, produto a ser produzido pela empresa, pela facilidade em encontrar os materiais utilizados na fabricação sem necessidade de importação de materiais ou algo do tipo.

Um fator importante que deve se levar em consideração e a localização estratégica em que esta a empresa, a mesma fica a 246 km de Florianópolis capital de Santa Catarina e a 230 km de Porto Alegre capital do Rio Grande do Sul dois pólos importantíssimos para a comercialização dos seus produtos, levando em consideração à quantidade de músicos profissionais ou não, que habitam os principais pólos econômicos da região sul e que a empresa teria como publico alvo.

## 2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Para Chiavenatto (2002), a fundamentação teórica serve para orientar o leitor em relação à linha de discussão em que o trabalho será feito, através de determinados autores carregados de conhecimento e autoridade para expor suas ideias sobre determinado assunto e enriquecerem o estudo num todo com sua experiência e bagagem.

### 2.1 OS PARADIGMAS DA ADMINISTRAÇÃO

Peter F. Drucker (1903) diz que caso o administrador não pense a aja em correspondência com a sua época, existirão dois tipos de executivos nos próximos anos: os que pensam globalmente e estarão em concordância com o que vivem e os que estarão desempregados. A administração constitui-se em uma abordagem que precisa se reinventar, procurando sempre os entendimentos das situações e a evolução.

De acordo com Marini (2003), a sociedade atual atravessa um momento de transição, em que o modelo de sociedade industrial tem cedido lugar à sociedade do conhecimento.

Mas, conforme Schmidt e Santos (2006), essa função burocrática sofreu grandes mudanças nas últimas décadas, especialmente em função dos avanços tecnológicos, da globalização econômica, do avanço do nível da concorrência e de uma nova visão das funções de gerenciamento nas organizações, em que a criação de valor para o negócio passa a ser uma das principais metas organizacionais. A área de atuação do administrador e dentro da empresa seu papel é coordenar esforços na organização maximizando os lucros. Administrar também pode ser considerado um conjunto de regras que definem fronteiras entre o que é certo e errado, entre o que é verdadeiro e o que é falso. É um modelo ou padrão que define o comportamento das pessoas.

### **2.1.1 Velhos e novos paradigmas**

Os velhos paradigmas que ditaram as regras no passado era a burocracia, trâmites burocráticos na inicialização das atividades das empresas em seu período mais crítico que é a criação, desenvolvimento e consolidação da mesma no mercado, atravancavam seu desenvolvimento financeiro, essa situação pouco amigável desanimava muitos administradores principalmente os iniciantes que se viam reféns do marasmo dos órgãos responsáveis por liberações necessárias para o funcionamento.

Para Wever (2003), a excessiva estrutura organizacional, e pouco funcional entre os departamentos junto a isso a fragmentação do trabalho, e ainda aspectos culturais de conformismo, tudo isso fechavam as fronteiras da empresa em uma época que a globalização não ameaçava o futuro das organizações, a estrutura pouco funcional das empresas era algo muito comum na época. Era conhecida uma única maneira correta de administrar pessoas. No passado, a maneira correta era o controle de cima para baixo, a centralização.

Mais tarde, a descentralização entrou como a abordagem de equipe mais completa e é vista como a ideal no momento.

Segundo Corbari (2012), a globalização trouxe o controle excessivo dos custos, uma abertura maior no mercado tornando o cenário mais competitivo para as empresas que hoje não disputam clientes apenas com seus concorrentes nacionais.

Com avanços significativos nas tecnologias que facilitam a negociação, assim como uma crescente exigência dos clientes, as empresas estão mais vulneráveis às condições do mercado, um mundo sem barreiras para a comercialização de produtos fez com que as empresas focassem mais na satisfação do cliente a fim de fidelizá-los.

Na visão de Chér (2002) A oferta de empregos será cada vez mais desproporcional à quantidade de postos demandados. E isso se reverterá na obrigação de dotar os brasileiros de um conjunto de habilidades que lhes possibilitará trabalhar por conta própria e prosperar.

Com uma estrutura orgânica e enxuta com menores níveis hierárquicos as empresas vão se adaptando a uma ordem global, tentando sempre se adaptar a aspectos culturais para adquirir confiança e investindo em colaboradores criativos a fim de tornar seu produto cada vez mais competitivo no mercado.

### **2.1.2 O papel da Administração no desenvolvimento econômico**

Para Bresser (1979), não é por acaso que a economia e a administração são, geralmente, ensinadas em uma mesma escola superior. As duas áreas de conhecimento estão muito próximas, seja porque, em um nível mais geral de abstração, seu objeto é comum, seja porque a prática profissional a que conduzem é muito semelhante. Entretanto é possível distinguir, com relativa clareza, a economia política da ciência da administração. Em um nível um pouco mais baixo de generalização, seus objetos são diversos. Por outro lado, o momento histórico em que foram inicialmente desenvolvidas foi diferente.

Os setores que mais cresceram nos países desenvolvidos no século XX, não foram o das empresas, mas sim o governamental, o dos profissionais liberais, o da saúde e o da educação.

Assim, o setor social sem fins lucrativos é aquele em que a administração é mais necessária hoje em dia.

Uma pesquisa realizada pelo Global Entrepreneurship Monitor (GEM) analisou as complexas relações entre empreendedorismo e crescimento econômico em 21 países. E constataram que nos Estados Unidos, em 2001, havia a relação de 01 empresa para cada 12 pessoas, e na Finlândia, a relação era de 67 pessoas para cada empresa.

## **2.2 A CULTURA EMPREENDEDORA NO BRASIL**

No Brasil o termo empreendedorismo ganhou força na década de 90, impulsionado pelas privatizações e a abertura do mercado interno, revelando assim a necessidade de formar empreendedores a fim de contribuir no desenvolvimento econômico do país.

Com um cenário ainda pouco atrativo para quem deseja empreender, o Brasil vem tentando mudar essa realidade, através da criação de órgãos responsáveis pelo auxílio ao empreendedor, e políticas favoráveis ao empreendedor a fim de incentivá-lo no meio dos negócios, assim como a criação de vários programas de capacitação do jovem empreendedor como, por exemplo: Os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de Novas Empresas de Software,



Informação e Serviço), os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE.

### **2.2.1 Desenvolvendo uma visão empreendedora**

Para Meyer (1992) os empreendedores nunca estão satisfeitos com a situação de trabalhar para outras pessoas, na maioria das vezes demitem-se por não conseguir viver em uma função secundária dentro de uma empresa.

Segundo Malheiros, Ferla e Cunha (2005) o empreendedor não gosta de seguir normas e estar sob controle dos outros. A autonomia é um dos seus grandes objetivos. Na busca deste e de outros objetivos, ele se apresenta sempre autoconfiante. Mantém seu ponto de vista mesmo diante da oposição ou de resultados desanimadores. Expressa confiança na sua própria capacidade de realizar tarefas difíceis e de enfrentar grandes desafios.

## **2.3 O PLANO FINANCEIRO**

Todos os pontos de um negocio devem ser analisados profundamente, mas quando falamos dos componentes financeiros do negocio, temos que ter cuidados especiais, eles são indicadores que revelam o estado econômico da empresa, é ali que são direcionados os recursos financeiros a fim de atingir as metas proposta pela empresa, e por isso devem ser elaborados com cuidado e atenção. (BARON; SHANE, 2007).

Para Dornelas (2005), essa parte é onde é tratada da vida contábil da empresa, onde são trabalhadas suas rentabilidades, além de se trabalhar todos os investimentos e despesas operacionais da empresa, custos fixos e variáveis. São feitas as projeções financeiras, e se tem o conhecimento do caixa da empresa.

Aidar (2007), diz que o melhor auxiliador do empreendedor é o plano financeiro, e a ferramenta usada para checar a situação financeira da empresa, assim podendo tomar decisões e seguir em direção aos objetivos a serem alcançados.

A avaliação precisa dos investimentos é muito importante, pois tal avaliação participa vivamente do processo de determinação da viabilidade do empreendimento. Por esse motivo deve haver cabal comprovação nos anexos, dos valores adotados, como por exemplo: laudos de avaliações de

determinado bens, por especialista ou empresas especializadas orçamentos dos fornecedores etc. (HIRSCHFELD, 1987, p.124).

O plano financeiro revela o capital necessário para o início do negócio, os investimentos necessários para que a empresa entre em funcionamento e possa se manter no mercado, assim como também traça um período para que todo esse investimento inicial comece a gerar receita a fim de sustentar a empresa e devolver o investimento inicial para o empreendedor (SALIM, 2003).

O balanço patrimonial, Demonstrativo de Resultados e o Fluxo de Caixa são ferramentas usadas para analisar a rentabilidade e as capacidades de retorno da empresa além desses podem ser trabalhados também métodos de análises como: *Payback*, taxa de interna de retorno (TIR), valor presente líquido (VPL), além do ponto de equilíbrio (DORNELAS, 2005).

Todo empreendedor deve ter em mente que o plano financeiro é o centro do seu negócio, só a partir dele o empreendedor pode obter informação quanto à capacidade da empresa em cumprir com seus compromissos financeiros entende-se que ali está a confirmação de viabilidade da empresa.

### **2.3.1 investimento inicial**

É preciso se ter em mente o quanto vai ser gasto com a empresa no início de suas atividades, para isso se faz necessário um levantamento de custos iniciais da atividade (BARON; SHANE, 2007).

Para Chiavenato (2005), toda empresa precisa dispor de um valor mínimo em caixa dependendo de seu ramo de atividade para inicialização, assim como é necessário ter um capital de giro.

Considera-se investimento a situação a qual ocorre inversão de capital de alguma forma, podendo ser em algum projeto novo, na compra de uma empresa já existente etc., buscando com isso criação de valor, ou seja, recuperação do valor investido (principal), mais uma rentabilidade do investimento (taxa de juros), em determinado prazo. (MOTTA e CALÔBA, 2002, P. 34).

Para Souza (2003), investimento é a troca do certo pelo incerto, você aplica recursos econômicos na empresa esperando com que ela gere saldos positivos para que você possa assim retornar esse investimento.

Os investimentos iniciais fazem necessário para que possa ser colocada em funcionamento a empresa, esses investimentos podem ser de duas ordens: investimentos fixos que são aqueles que não sofrem mudanças com o aumento da produção, por exemplo: máquinas para produção, aluguel ou compra de um imobilizado para a empresa, ou podem ser custos variáveis, esses estão diretamente ligados a produção e se alteram à medida que a produção oscila, exemplos de custos variáveis são: matéria prima, comissão sobre vendas e energia elétrica (BUARQUE, 1984).

### 2.3.2 Custos e despesas

Deve se ter muita atenção ao fazer a coleta das informações referente aos custos e despesas da empresa (BUARQUE, 1984).

Motta e Calôba (2002, p.182), classificam custo como:

Custos operacionais [...] são custos relativos à produção dos itens fabricados. Novamente os custos podem ser tratados de forma agregada, ou, ao contrário, detalhando cada um dos seus subcomponentes, como por exemplo: pessoal, insumos, transporte, energia, gerenciamento e administração, impostos e tributos, gastos diversos.

Para o SEBRAE/RS (1996), todos os gastos com a produção, venda, distribuição entre outros, podem ser considerados custos, e eles podem ser dividido em grupos, são eles:

**Custos diretos:** Aplicados com clareza diretamente ao produto.

**Custos indiretos:** Dividisse entre todos os tipos de produtos fabricados pela a empresa.

**Custos fixos:** Todo aquele custo gerado pela empresa mesmo não estando em funcionamento, não sofre variação com o aumento da produção.

**Custos variáveis:** Ao contrario dos fixos todo custo variável esta ligado a produção, eles acompanham a capacidade produtiva da empresa.

Raymond R. Mayer (1972, p. 21).diz que:

Existem, basicamente, duas categorias de custos positivos. A primeira damos o nome de *custo operacional*, e á segunda de *custos de capital*. Os custos operacionais são representados por despesas relativas a itens cujos serviços serão úteis á empresa num período igual ou inferior a um ano. Exemplos de tais custos são despesas incorridas com mão-de-obra direta, salários de supervisão, manutenção, materiais de consumo, matérias primas e impostos [...]. Os custos de capitais são representados por gastos relativos a itens cujo beneficio á empresa abrangem períodos superiores há um ano. Exemplos

de tais custos são despesas com edifícios, máquinas equipamentos e moveis de escritório. Ao contrario dos custos operacionais, muito mais pode e deve ser dito a respeito dos custos de capital. Começaremos por afirmar que existem nesses custos dois elementos: *depreciação e juros* [...].

Para Henrique Hirschfeld (1987. p.28) custos são:

A relação de todas as despesas por unidade de período (mensais, anuais etc.), assim consideradas, para efeito do imposto de renda, como por exemplo: mão-de-obra, manutenção, conservação, matéria prima utilizada etc.

1) Sobre custos fixos: Estrutura das despesas previstas por unidade de período, independente de produção, como, por exemplo: aluguel, mão-de-obra normal, manutenções, conservações, depreciações etc.

2) Sobre custos variáveis: Estrutura de despesas por unidade de período, que variam em função da produção como, por exemplo: insumos, mão-de-obra variável, projetos diversos, matéria prima utilizada, encargos sociais, despesas tributárias e contribuições, resultantes da produção, despesas financeiras (bancárias ) etc.

3) Estrutura dos custos: Apresenta a somatória dos custos fixos e variáveis em função de um elemento de grande interesse na produção., como por exemplo: números de unidades produzidas.

Nem sempre, a empresa que tem o menor custo, e a empresa mais rentável, não há uma relação entre menor custo e maior rentabilidade, a empresa deve focar primeiramente em aumentar os ganhos, independentemente se isso aumenta seus custos, redução de custos pode diminuir a renda da empresa ela precisa produzir mais e por isso gasta mais matéria prima (MAYER, 1972).

### **2.3.3 Margem de contribuição**

Margem de contribuição é responsável por pagar todos os custos fixos, é o lucro obtido na venda do produto, a margem de contribuição é variável ela está relacionada com o volume vendido, quanto mais produtos, maior e a margem de contribuição total da empresa (BORNIA, 2002).

Para Dutra (2003), se subtrairmos do preço de venda todos os custos e gastos em produção do produto, obtemos a margem de contribuição que seria o lucro na venda do produto.

A margem de contribuição é um fator muito importante para empresa, ela serve para informar o quanto essa empresa está ganhando na vendas de cada produto, e assim ajudando nas tomadas de decisão da empresa (CHENG; MENDES, 1989).

Segundo Silva (2001), a margem de contribuição é a receita menos custo variável, seria o valor do produto ou serviço menos a comissão pelo trabalho realizado, isso se tratando de um produto, chamamos de margem de contribuição unitária.

#### **2.3.4 Preço de venda**

Para descobrir o preço de venda ideal têm que ser levados em consideração vários fatores, entre eles os valores que os seus clientes estão disposto a pagar por ele, além de observar se o preço praticado por você esta de acordo com o preço do seu concorrente ( HISRICH; PETERS, 2004).

Segundo Dolabela (2006), a soma dos custos fixos e variáveis mais o frete e a disponibilidade do cliente em pagar pelo produto além do preço da concorrência, são fatores que compõem o preço final do produto. A partir daí pode se estabelecer o preço de mercado e assim ter uma idéia do faturamento da empresa.

Para Barbosa, Cintra e Baggio (2008), o fato de a empresa ter que analisar o preço dos concorrentes, e não ter controle sobre eles, nem sobre os preços praticado pelos fornecedores de matéria prima, torna a formação do preço de venda um fator bem complexo, a qualquer alteração nesses fatores, pode levar a redução da margem de contribuição, obrigando assim a empresa a aumentar o preço, para poder cobrir seus custos, e talvez por isso tenha uma diminuição no volume de vendas e por conseqüência no faturamento.

Para Bornia (2002), a melhor formada de se obter o preço de venda é somar todos os custos unitários do produto, e somá-los a eles a margem de lucratividade desejada pela empresa.

#### **2.3.5 Receitas**

Para Buarque (1984), a viabilidade de um projeto e medida partir da verificação de sua rentabilidade, por isso se faz tão importante a análise das receitas da empresa.

Segundo Henrique Hirschfeld (1987), as receitas têm que serem apresentadas por período, mensais ou anuais, e a partir do inicio de produção da

empresa. As receitas são o faturamento da empresa, todo ganho em vendas detalhado em valores monetários.

Numa primeira fase tem-se o desdobramento das receitas esperadas ano a ano, tal como do esquema técnico a maior atenção tem que ser dada à diferenciação entre capacidade produtiva e mercadoria colocada (vendida), sendo esse último aspecto relevante, bem como sua evolução ao longo de tempo.

As receitas são então separadas entre aquelas que correspondem a bens comerciáveis internacionalmente, e as que correspondem, dum modo geral, a serviços prestados ou a benefícios acidentais ou acessórios em relação atividade específica do projeto.

[...] há de se isolar das receitas esperadas o seu conteúdo de tributação (taxas ou impostos indiretos). (ABECASSIS; CABRAL, 1982, P. 190).

As receitas são divididas em operacionais e não operacionais, nas operacionais, estão o faturamento decorrente da comercialização dos seus produtos são apresentadas como: receita bruta, receitas financeiras e outras receitas. Nas não-operacionais estão aquelas que são frutos de atividades secundárias da empresa como a venda de um bem (RIBEIRO, 1996).

Assim Motta e Calôba (2002), explicam que receitas nada mais é que, os dinheiros correspondentes as vendas ou serviços prestados.

### 2.3.6 Demonstrativo de resultado (DRE)

Para Dolabela (2006), na elaboração do demonstrativo de resultados, esta de forma mais simples o quanto a empresa faturou, a partir da análise das receitas confrontadas com suas despesas pode-se ter uma noção melhor de seu faturamento além de ser usada como ferramenta para comparativos horizontais ano a ano.

Motta e Calôba (2002) explicam detalhando as etapas do demonstrativo de resultados:

<b>Demonstração do Resultado do Exercício - DRE</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>
<b>1. (+) Receita</b>			
2. ( - ) PIS/COFINS			
3. ( - ) ICMS			
<b>4. (=) Receita Líquida</b>			
5. ( - ) CPV			

<b>6. (= ) Lucro operacional bruto</b>			
7. ( - ) Outras despesas			
8. ( - ) Despesas pré-operacionais			
9. ( - ) Depreciação			
10. ( - ) Juros			
11. ( = ) Lair			
12. ( - ) Imposto de Renda			
<b>13. ( = ) lucro após imposto de renda</b>			

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

1. Receitas – dinheiro que entrou devido a venda de produtos.
2. PIS/COFINS – faz parte da integração social, incide sobre receita.
3. ICMS – descontado das receitas é o imposto sobre circulação de mercadoria
4. Receita líquida – resultado de todos os descontos, PIS/COFINS ICMS.
5. Custo dos produtos vendido – custo operacional.
6. Lucro operacional bruto – resultado do CPV menos a receita líquida.
7. Outras despesas - despesas relacionadas à administração.
8. Amortização de despesas pré-operacionais – não estão relacionadas com a operação e podem ser amortizadas.
9. Depreciação - é o desgaste dos equipamentos como máquinas carro etc.
10. Juros – esta relacionado com empréstimos realizados.
11. Lair – é o lucro antes do imposto de renda.
12. IR – imposto de renda, tributo a ser pago.
13. Lucro após imposto de renda – é a Lair menos IR.

A depreciação e a amortização de despesas pré-operacionais são conhecidas como custos sem desembolso, já que é apenas uma desvalorização do bem.

### 2.3.7 Fluxo de caixa

Devemos ter em mente que após a elaboração do DRE, nosso próximo objetivo é a elaboração do fluxo de caixa, expressando todas as entradas e saídas da empresa, isso ajuda na visão do saldo disponível da empresa assim como contas a serem pagas a curto, médio ou a longo prazo (SALIM, 2003)

Para Dornelas (2005), é peça importante na construção de um planejamento financeiro, ajudando a nas vendas e é de fácil visualização quanto o que se tem disponível em caixa, o que está comprometido em estoque entre outros.

O sucesso do fluxo de caixa está em lançamentos exatos das entradas e saídas a fim de registrar fielmente o que entra e sai da empresa, só assim pode se fazer uma análise verdadeira e assertiva da situação, não é tarefa fácil, pois se faz mensalmente esses registros (HISRIC; PETERS, 2004).

Dolabela (2006), cita como uma das ferramentas mais importante e descreve o fluxo de caixa como:

- a) Investimentos iniciais - são todos aqueles recursos disponíveis para inicialização do negócio.
- b) Saldo de caixa – valor disponível para pagar contas de início das atividades.
- c) Total de entradas – todo dinheiro arrecadado pela empresa, são divididas em: receitas financeiras de venda outras receitas ou empréstimos.
- d) Total de saídas – tudo que a empresa pagou aos fornecedores por exemplo.
- e) Saldo do período – é a diferença das entradas menos as saídas.
- f) Reservas de capital – usados para possíveis aplicações.
- g) Depreciação – é o quanto um bem desvaloriza, ajuda a empresa a conhecer e informar a vida útil de suas máquinas por exemplo.
- h) Fluxo líquido de caixa – seria o resultado de todas as somas de entradas (faturamento), menos as despesas somadas, revela o quanto a empresa ganhou de fato, podendo também ser um resultado negativo.

O fluxo de caixa auxilia o empreendedor a conhecer a vida financeira da empresa e se ela está dando lucro ou prejuízo.



### 2.3.8 Balanço patrimonial

Para Chiavenato (2005), o balanço patrimonial deve ser feito após o DRE e o fluxo de caixa, o balanço patrimonial é uma ferramenta que mostra ao fim de todo ano a situação patrimonial da empresa, ele é obrigatório por lei, seu nome origina-se da idéia das contas estarem em equilíbrio (HISRIC; PETERS, 2004).

Segundo Dornelas (2005) o Balanço Patrimonial pode ser explicado assim:

- a) **Ativos** – fica do lado direito e é classificado por ordem de liquidez, ou seja, a facilidade em que se pode transformar em dinheiro, ele é dividido em Circulante e Não-circulante.
  - Circulante: nele estão as disponibilidades da empresa créditos, seu estoque e despesas antecipadas.
  - Não-circulante: estão os realizáveis a longo prazo, investimentos, imobilizado e o intangível.
- b) **Passivo** – são as obrigações da empresa e neles estão também o Circulante e o Não-circulante além do Patrimônio líquido.
  - Circulante: aqui estão às contas com fornecedores, obrigações trabalhistas, empréstimos, financiamentos, tributos e outras obrigações.
  - Não-circulante: apenas os exigíveis a longo prazo.
  - Patrimônio líquido: encontra-se o capital, as reservas, ajustes patrimonial e o prejuízo acumulado.

Com o balanço patrimonial temos o conhecimento de como é formado o capital da empresa além de indicativos sobre seu endividamento e a liquidez das suas contas.

### 2.3.9 Tempo de retorno do investimento (*payback*)

Para Abecasseis e Cabral (2000), o cálculo responsável por saber em quanto tempo o a partir do investimento haverá a recuperação do recurso investido, é o fator tempo que prevalece.

Motta e Calôba (2002, P. 97), afirmam que:

De forma geral quanto mais alongado o prazo de repagamento do empréstimo, ou seja, o *payback*, menos interessante ele se torna para o emprestador.

O *payback*, ou *payout*, é usado como referência para julgar a atratividade relativa a opções de investimento. Devem ser encaradas com reservas, apenas como um indicador, não servindo para seleção entre alternativas de investimentos.

É uma ferramenta muito usada por ser de fácil utilização, e ainda assegura o investidor de quanto tempo levará para que ele tenha seu dinheiro de volta, quanto menor o tempo de *Payback* melhor para o investidor, que terá seu dinheiro em um curto espaço de tempo (DORNELAS, 2005).

Segundo Brito (2006), *Payback* é o tempo em que ocorre o retorno do dinheiro investido no negócio, o *payback* pode ser usado de diferentes formas, sempre auxiliando o investidor.

De acordo com Kassai et al (2000), *Payback* consiste na identificação do tempo em que o montante investido na inicialização de um negócio será devolvido para o investidor, com base no fluxo líquido de caixa, podendo ser de três formas, *payback* original, *payback* descontado e o *payback* TIR.

### **2.3.10 Valor presente líquido (VPL)**

Para Motta e Calôba (2002), a definição de valor presente líquido é a soma dos fluxos de caixa descontado pelo tempo presente, a uma taxa de juros.

Dornelas (2005), afirma que para a análise do valor presente líquido se faz necessário fazer uma projeção do fluxo de caixa e subtraindo o valor inicial de investimento.

Segundo com Kassai et al (2000), o valor presente líquido é uma das formas mais eficaz de análise de investimentos de capital, tornando-se uma das mais usadas nos dias de hoje, ele usa a diferença das saídas de caixa e o valor das entradas de caixa calculado com uma taxa pré determinada, determina se um projeto viável quando o VPL é maior ou igual a zero.

O método de valor presente líquido (VPL), com certeza é a técnica robusta de análise de investimentos mais conhecida e mais utilizada. O valor presente líquido como o próprio nome indica, nada mais é que a concentração de todos os valores esperados de um fluxo de caixa na data zero. Para tal, usa-se a taxa mínima de atratividade da empresa (TMA). Ora, o VPL é a operação mais simples do conceito de atratividade de projetos (SOUZA; CLEMENTE, p. 67).

Camloffski (2014,) afirma que o VPL serve para o levantamento de dados financeiros atuais no que dizem respeito ao faturamento previsto para o projeto, se no resultado final esse valor for menor que zero aconselha-se abandonar o projeto, pois esse não se mostrou rentável ao investidor.

### **2.3.11 Taxa interna de retorno (TIR)**

Segundo Dolabela (2006), a taxa interna de retorno serve para avaliação de investimentos, ela iguala o VPL ao investimento inicial.

Para Motta e Calôba (2002), a TIR é um índice responsável pela verificação da rentabilidade do investimento, medida em tempo, para isso necessita de receitas e investimentos. Ela expressa em porcentagem, um valor capaz de anular o valor presente líquido.

Camloffski (2014, p.85), afirma que:

A principal contribuição da TIR para análise de investimentos é a mensuração de risco, que pode ser visualizada pela proximidade da TIR e a TMA. Quando mais próximas essas duas taxas, maior é o risco do projeto. Nesses casos, se o limite superior da rentabilidade projetada está muito próxima do mínimo que se deseja ganhar, menor é a resistência do projeto à volatilidade do mercado, pois qualquer mudança de cenário ou situação não prevista pode fazer com que a rentabilidade seja inferior ao mínimo esperado.

Sendo assim a TIR deve ser interpretada mais como uma medida de risco do que de retorno. Esta técnica é extremamente utilizada no mercado, já que permite uma maior comparabilidade com as rentabilidades ofertadas pelos demais investimentos que, usualmente, também são indicados em porcentagem.

Para Souza e Clemente (2001), a TIR pode ser usada em dois casos distintos, tanto para a análise de dimensão do retorno quanto para se ter noção do tamanho do risco que estamos correndo. No retorno ela é usada como limite da rentabilidade de um projeto, isso sem o conhecimento da taxa mínima de atratividade.

Segundo Kassai et al (2000), a taxa interna de retorno tornou-se uma das mais sofisticadas ferramentas de avaliação de investimentos de capital. Ela baseia-se em determinar a taxa que iguala os fluxos de saída e entrada da empresa, responsável por determinar um VPL que iguale à zero.

Brito (2006), diz que a TIR deve ser sempre calculada encima de um fluxo de caixa de dez anos, esse tempo é conhecido como o tempo médio de

sobrevivência de uma empresa em todo mundo, e sempre deve ser maior que outros custos de oportunidade.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os métodos utilizados para o desenvolvimento e coleta de dados para o desenvolvimento do presente trabalho estarão apresentados nos tópicos a seguir.

Como foram coletados os dados e as suas análises irão ser trabalhadas, estão no presente estudo.

Para Marras (2000) metodologia é o caminho a qual se segue para a obtenção de conhecimento, e a fio condutor que leva o pesquisador ao objeto de pesquisa, assim como a descrição de suas etapas, como ocorre sua pesquisa, o passo a passo descrito, afim de uma fácil compreensão. É o detalhamento de técnicas e instrumentos de pesquisa, usado para a obtenção dos resultados.

Para Kmetek Filho (2005), não há um método capaz de indicar todos os pontos de uma pesquisa, e por isso entende-se que a melhor maneira é clarificá-los e subdividi-los em grupos a qual possa se especificando e detalhando os melhor.

Algum tempo atrás a metodologia e a teoria andavam em sentido opostos, mesmo sabendo que ambos buscam atingir os mesmos objetivos (VERGARA, 2010).

Para Roesch (2007), são trabalhados nesse capítulo todos os métodos utilizados para a investigação do objeto de estudo, é delineado o objetivo geral e os específicos.

Deste modo, neste presente capítulo será apresentado o delineamento da pesquisa, definição da população-alvo, plano de coleta e análise de dados.

#### 3.1 QUANTO A ABORDAGEM DO PROBLEMA

O objetivo deste estudo é a elaboração de um plano de análise de viabilidade econômica e financeira com intuito de verificar a viabilidade de implantação de uma fábrica de *cases*, com o intuito de atender o sul de Santa Catarina e o norte do Rio Grande do Sul.

Com o objetivo de aprofundar os conhecimentos em relação ao ambiente a ser implantado o negócio.

### 3.2 QUANTO AOS FINS

A caracterização do estudo, quanto aos fins, é dada como descritiva pelo fato de que expõe características de determinada população ou de determinado fenômeno, inserindo pesquisas de opinião nessa classificação. É aplicada uma vez que fundamentalmente motivada pela necessidade de resolver problemas concretos, como é o objetivo geral da pesquisa. Para classificação da pesquisa, tomou-se como base a metodologia apresentada por Vergara (2007), que qualifica, em relação a dois aspectos: quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins à pesquisa foi descritiva e aplicada, a pesquisa metodológica ocupa-se dos modos de se fazer ciência (PRESTES, 2003).

Segundo Vergara (2007), a pesquisa metodológica é o estudo que se refere a instrumentos de captação ou de manipulação da realidade. Está, portanto, associada a caminhos, formas, maneiras, procedimentos para atingir determinado fim.

### 3.3 QUANTO AOS MEIOS

Quanto aos meios a pesquisa foi bibliográfica e de campo, bibliográfica, porque para a fundamentação teórico-metodológica do trabalho foi realizada estudos e análises de empreendedorismo e plano de viabilidade. A pesquisa bibliográfica é considerada um estudo sistematizado alicerçado por publicações em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas disponíveis para pesquisa (CERVO, BERVIAN 1996).

A pesquisa de campo de é o ato de investigar o fenômeno no seu ambiente de ocorrência. Desenvolvida principalmente nas ciências sociais, a pesquisa de campo é aquela em que o pesquisador, através de questionários, entrevistas, protocolos verbais, observações coleta seus dados, investigando os pesquisados no seu meio (PRESTES, 2003).

### 3.4 LIMITAÇÕES DO ESTUDO

Esta pesquisa foi realizada em Novembro de 2014, por isso seus dados devem ser limitados a esse espaço de tempo, e por ainda ser o desenvolvimento primário de uma idéia ele não conta com todos os dados necessários para uma análise de mercado.

No âmbito espacial, considere-se que toda a região sul de Santa Catarina e norte do Rio Grande do sul seja o mercado alvo da futura organização. O estudo foi realizado somente na intenção de estudos futuros para o formando.

## **4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA**

O objetivo dessa pesquisa foi entender e analisar o processo que envolve a criação de uma empresa, e análise da sua saúde financeira, para isso foi analisando os resultados da empresa nos seus três primeiros meses de vida.

Para uso de análise de investimento e coleta dos dados foi feita uma entrevista com o proprietário e único funcionário da empresa, aonde ele expôs todos seus gastos e junto com o pesquisador desenvolveu seus custos de produção, rentabilidade financeira, capital inicial desempenhado para o início de funcionamento da empresa, despesas fixas e variáveis, análise do custo unitário de um produto entre outros.

Para análise de viabilidade econômica e financeira da empresa, o pesquisador usou de tabelas de Excel dispostas ao decorrer do trabalho, mostrando os resultados obtidos na pesquisa e a tabulação dos dados pesquisados, indicando assim sua viabilidade, através de fluxo de caixa.

### **4.1 DADOS DA EMPRESA**

Para um fiel resultado nas análises o pesquisador optou por fazer uma entrevista com o proprietário da empresa essa realizada no dia, 09 de agosto de 2015.

Os objetivos da entrevista além do levantamento de dados também serviu para analisar o perfil empreendedor do proprietário, e conhecer seu trabalho, como desenvolve seus produtos, e os comercializa.

O proprietário contou que iniciou de forma muito artesanal, há anos trabalhava em madeiras e em fabricas de moveis sobmedida no município de sombrio.

Sempre foi apaixonado por musica, desenvolveu seus conhecimentos na música assim como seu talento para construção de cases, pesquisando insistentemente na internet e folhetos relacionados ao assunto. Hoje ele toca mais de cinco instrumentos dando destaque para seus preferidos que são: Violão, teclado, baixo e bateria.



No início de 2014 em uma conversa com o pesquisador o proprietário disse que estava a fim de construir um *case* para seu violão, pois esse estava sem proteção e fica a mercê do tempo o que estava a danificar seu instrumento.

Os *cases* servem para proteger e climatizar os instrumentos musicais conservando suas integridades e facilitando o transporte e seu armazenamento.

O pesquisador sempre foi um entusiasta dessa idéia inicial, e propôs que depois que ele finalizasse o *case* dele, queria um para sua guitarra também.

No começo foi tudo muito arcaico e sem pretensão nem uma em futuramente comercializar tais *cases*, no entanto o resultado obtido com o seu primeiro experimento foi tão satisfatório que já começaram a fazer pedidos. Todos seus amigos estavam entusiasmados com os resultados. Alguns instrumentos têm tamanhos e formas diferenciadas o que dificulta muito na compra de um *case*, principalmente quando a compra é online, pois as medidas não são respeitadas, e com isso eles poderiam comprar *cases* com medidas próprias pra seus instrumentos, além de poder escolher tudo do jeito que queriam, desde a cor, revestimento, personalização com o nome do proprietário do instrumento entre outros.

Depois de fabricar cerca de cinco *cases* todos de forma improvisada usando do material, ferramentas e tempo vago no seu serviço, o proprietário viu que poderia encarar aquilo como uma segunda renda. Para que isso fosse possível tinha que fazer alguns investimentos para poder produzir em sua casa os *cases*, e não depender de disponibilidade de tempo em seu serviço.

Investimento feito e usando da sua garagem como ateliê para produção dos *cases* foi à vez do proprietário ficar impressionado com a rapidez que conseguiu fabricar os cinco *cases* seguinte. Agora ele usava seus sábados e domingos aumentando consideravelmente seu potencial de produção.

Em meados de setembro de 2014, insatisfeitos com os constantes atrasos em pagamentos na empresa que trabalhava e vendo a crise na indústria moveleira e a redução de funcionários no seu setor, ele acreditou que era hora de apostar naquilo que vinha sendo não mais sua segunda renda, mas tinha tomado dimensões consideráveis no seu orçamento, mesmo sendo limitada a alguns dias de produção.

A seguir o pesquisador apresentará algumas tabelas que relatam os investimentos feitos pelo proprietário, além dos custos de produção, capital empregado no início das atividades entre outros.

## 4.2 INVESTIMENTOS

Aqui serão dispostos todos os investimentos feitos pelo proprietário para poder produzir os *cases*.

Na tabela 1 veremos os materiais físicos como ferramentas necessárias e seus respectivos valores.

Tabela 1 - Investimentos físicos

INVESTIMENTOS FÍSICOS			
Equipamentos	Quantidade	Preço unitário	Preço total
Furadeira Profissional	1	R\$ 380,00	R\$ 380,00
Lixadeira Profissional	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
Martelo	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Materiais de IPI	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
Serra circular Profissional	1	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Serra tico-tico Profissional	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Serras	5	R\$ 30,00	R\$ 150,00
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>R\$ 3.075,00</b>	<b>R\$ 3.195,00</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Lembrando que não entra o custo de aluguel pelo fato do proprietário usar a sua garagem para a produção, assim como também não estão calculados os gastos com água, pois não se faz necessário na produção de *cases*.

Na tabela a seguir veremos todos os investimentos com matéria prima necessária para a produção mensal, dados baseados em uma produção media relatada pelo proprietário.

Tabela 2 - Investimentos matéria prima

INVESTIMENTO MATÉRIA PRIMA				
<b>Materiais utilizados</b>	<b>Quant.</b>	<b>Preço Und.</b>	<b>Compra Min.</b>	<b>Preço</b>
Alças und.	1	R\$ 2,50	4	R\$ 10,00
Cola Branca 500g	1	R\$ 15,00	1	R\$ 15,00
Cola contato 200g	1	R\$ 20,00	2	R\$ 40,00
Courino para Revestimento m <sup>2</sup>	1	R\$ 25,00	2	R\$ 50,00
Dobradiças und.	1	R\$ 3,50	12	R\$ 42,00
Espuma m <sup>2</sup>	1	R\$ 20,00	2	R\$ 40,00
MDF 0,5 mm m <sup>2</sup>	1	R\$ 80,00	2	R\$ 160,00
MDF 1 mm m <sup>2</sup>	1	R\$ 100,00	2	R\$ 200,00
Parafusos pct com 100	1	R\$ 23,00	1	R\$ 23,00
Pregos pct com 100	1	R\$ 23,00	2	R\$ 46,00
Presilhas und	1	R\$ 2,50	12	R\$ 30,00
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>R\$ 314,50</b>		<b>R\$ 656,00</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Para investimentos em matéria prima o pesquisador calculou os gastos necessários para produção de quatro cases por mês.

Na segunda coluna esta a quantidade a venda no mercado, no terceiro está seu respectivo preço unitário. Na quarta coluna está a compra mínima necessária para que possam ser produzidos quatro cases respeitando as quantidades vendidas e na quinta coluna esta o preço investido nessa compra mínima de materiais para a produção.

Na tabela 3 esta a soma dos investimentos totais onde veremos o quanto vai ser investido pelo proprietário na construção do seu negocio, tanto na compra de maquinas como também uma compra de estoque para o primeiro mês de produção.

Tabela 3 - Investimentos totais

<b>INVESTIMENTOS TOTAIS</b>	
Investimentos físicos	R\$ 3.195,00
Investimento matéria prima	R\$ 656,00
<b>Investimento total</b>	<b>R\$ 3.851,00</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Os investimentos em equipamentos, ferramentas usadas para dar forma nos cases como as serras e outros ficaram em R\$ 3.195,00 Reais, e os investimentos em matéria prima ficou em R\$ 656,00reais.

Tabela 4 - Recursos

<b>RECURSOS</b>		
<b>Fontes</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0%
Recursos próprios	R\$ 3.851,00	100%
<b>Total das fontes</b>	<b>R\$ 3.851,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Os recursos empregados no início das atividades da empresa são fruto de economias que o proprietário vinha fazendo ao longo do tempo, sendo assim não se faz necessário nem um tipo de empréstimo bancário para custear o imobilizado da empresa.

Por não se tratar de uma quantia muito significativa para o início das atividades o proprietário ainda tem disponível R\$ 1.000 reais para o caixa da empresa.

#### 4.3 INSUMOS

No quadro seguinte veremos todos os materiais utilizados na produção de um case segundo o que o proprietário relatou na entrevista, concedida ao pesquisador.

Para comparação foi utilizado um case padrão que é o mais comum a ser produzido hoje na empresa.

Tabela 5 - Insumos

INSUMOS	
Materiais utilizados	
Alças	
Cola Branca	
Cola contato	
Courino para Revestimento	
Dobradiças	
Espuma	
MDF 0,5 mm	
MDF 1,0 mm	
Parafusos	
Pregos	
Presilhas	

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

#### 4.4 LEVANTAMENTOS DE CUSTOS DE PRODUÇÃO

Após o levantamento dos investimentos e insumos utilizados na produção calculou o quanto se gasta na produção de um case pela empresa.

No quadro seguinte veremos os valores pagos pela empresa e quanto desse material é necessário para a produção de um case padrão.

Tabela 6 - Custo de produção

CUSTO DE PRODUÇÃO				
Materiais utilizados	Quant.	Preço	Quant. Utilizada	Preço unidade
Alças und	1	R\$ 2,50	1	R\$ 2,50
Cola Branca 500g	1	R\$ 15,00	100g	R\$ 3,00
Cola contato 200g	1	R\$ 20,00	100g	R\$ 10,00

Courino para Revestimento m <sup>2</sup>	1	R\$ 25,00	0,50 m <sup>2</sup>	R\$ 12,50
Dobradiças und	1	R\$ 3,50	3	R\$ 10,50
Espuma m <sup>2</sup>	1	R\$ 20,00	0,50 m <sup>2</sup>	R\$ 10,00
MDF 0,5 mm m <sup>2</sup>	1	R\$ 80,00	0,50 m <sup>2</sup>	R\$ 40,00
MDF 1 mm m <sup>2</sup>	1	R\$ 100,00	0,50 m <sup>2</sup>	R\$ 50,00
Parafusos pct com 100	1	R\$ 23,00	20	R\$ 4,60
Pregos pct com 100	1	R\$ 23,00	30	R\$ 6,90
Presilhas und	1	R\$ 2,50	3	R\$ 7,50
<b>Total</b>		<b>R\$ 314,50</b>		<b>R\$ 157,50</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Analisando o custo de produção constatamos que o custo de matéria prima para produção de um case fica em R\$ 157,50 reais ainda sem o calculo da energia consumida para a produção de cada case.

#### 4.5 CUSTOS E FATURAMENTO

Na entrevista realizada com o proprietário ele relatou que trabalhando sozinho sua capacidade produtiva fica em torno de 4 cases por semana, trabalhando 10 horas por dia e cinco dias por semana.

O pesquisador pediu que fosse anotada sua produção nos 3 meses seguintes para que fosse possível realizar uma projeção de faturamento e custos de sua produção.

Como a empresa fabrica cases sobmedida a uma grande variação em preços, cada case pode ser modificado ao gosto do cliente, mas analisando tudo que já foi produzido podemos afirmar que um preço médio fica em R\$ 400,00 reais.

Na tabela seguinte veremos como ficam seus custos e sua lucratividade por mês lembrando que o proprietário gostaria de ter um pró labore de R\$ 2.000,00 reais por mês.

Tabela 7 - Custos e faturamentos

<b>CUSTOS E FATURAMENTO</b>			
	<b>Jul/15</b>	<b>Ago/15</b>	<b>Set/15</b>
<b>FATURAMENTO</b>	<b>R\$ 6.400,00</b>	<b>R\$ 7.200,00</b>	<b>R\$ 6.400,00</b>
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>R\$ 2.535,00</b>	<b>R\$ 2.851,87</b>	<b>R\$ 2.535,00</b>
Água	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Energia	R\$ 15,00	R\$ 16,87	R\$ 15,00
Matéria Prima	R\$ 2.520,00	R\$ 2.835,00	R\$ 2.520,00
<b>CUSTOS FIXOS</b>	<b>R\$ 2.000,00</b>	<b>R\$ 2.000,00</b>	<b>R\$ 2.000,00</b>
Salário	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
Aluguel	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<b>RESULTADO BRUTO</b>	<b>R\$ 1.865,00</b>	<b>R\$ 2.348,13</b>	<b>R\$ 1.865,00</b>
Alvará	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
Simples nacional	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
<b>RESULTADO LIQUIDO</b>	<b>R\$ 1.865,00</b>	<b>R\$ 2.348,13</b>	<b>R\$ 1.865,00</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Analisando os dados da empresa devidamente organizados, podemos perceber que o faturamento dos 3 últimos meses ficou em, R\$ 6.400,00 mo mês de julho, houve um leve ganho de produção no mês de agosto onde foram fabricados 18 cases, deixando o faturamento em R\$ 7.200,00 e em setembro a produção volta para os 16 cases igualando o mês de agosto e fechando em R\$ 6.400.00 outra vez.

Os custos variáveis são formados por água, energia e matéria prima, os gastos com água estão zerados, pois não a utilização de água no processo da fabricação dos cases como já mencionado.

O valor de R\$ 15,00 reais na energia e o que foi constatado no primeiro mês de fabricação, e seria a diferença do que ele já vinha pagando.

Dividindo o numero de cases fabricados que foram de 16 nesse período, pelo valor pago de energia, chegamos à conclusão que são gastos R\$ 0,94 centavos de energia por case fabricado.

A matéria prima foi calculada multiplicando o numero de cases fabricados por mês pelo custo de fabricação do quadro 3 que ficou em R\$ 157,50 reais para cada case, podendo ser acrescido o valor gasto com energia que é de R\$ 0,94 centavos, ficando assim em R\$ 158,44 reais.

Nos custos fixos ficou somente o pró-labore a qual o proprietário relatou que espera ser de R\$ 2.000 reais e as contas de aluguel que estão zeradas pelo fato do proprietário usar sua garagem para fabricação, sendo assim o único custo fixo e o salário do proprietário.

O resultado bruto e fruto do faturamento, menos as deduções de custos fixos e custos variáveis, esse valor não se altera no mês, pois como a empresa ainda não esta cadastrada ela não esta a pagar seus impostos e obrigações.

#### 4.6 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Na análise da margem de contribuição, que é o preço de venda (faturamento), menos custos variáveis gerando um resultado que servirá para pagar os custos fixos e o que restar será o lucro da empresa.

Na Tabela a seguir veremos como fica a margem de contribuição da empresa nos 3 meses analisadas com suas porcentagens de contribuição.

Tabela 8 - Margem de contribuição

<b>MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO</b>			
	<b>Ago/15</b>	<b>Set/15</b>	<b>Out/15</b>
<b>FATURAMENTO</b>	R\$ 6.400,00	R\$ 7.200,00	R\$ 6.400,00
<b>CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>R\$ 2.535,00</b>	<b>R\$ 2.851,87</b>	<b>R\$ 2.535,00</b>
<b>MARGEM DE CONTRIB</b>	R\$ 3.865,00	R\$ 4.348,13	R\$ 3.865,00
<b>MARGEM DE CONTRIB (%)</b>	<b>60,40%</b>	<b>60,40%</b>	<b>60,40%</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Podemos observar que a margem de contribuição não se altera nos 3 meses analisadas, pois ela esta dependente dos custos variáveis, que são alterados assim que aumenta a produção nos mesmos percentuais.

Com uma margem de contribuição regular e suficiente para pagar os custos fixos, gerando assim um resultado positivo, isso faz com que a empresa sinta se muito confortável nas suas obrigações com fornecedores, e possíveis



investimentos já que se tem uma reserva considerável para se aplicar em qualquer emergência.

Nos valores percentuais podemos dizer que a empresa gasta apenas 40% do que arrecada para cobrir suas despesas variáveis, sobrando 60% para despesas fixas e lucro.

#### 4.7 FLUXO DE CAIXA E DRE

Na tabela a seguir o pesquisador apresenta o calculo estimado para o fluxo de caixa da empresa nos seus 3 primeiros anos de atividade, baseando se na capacidade produtiva da empresa que lhe permite um faturamento médio de R\$ 6.400 reais.

Tabela 9 - Fluxo de caixa

FLUXO DE CAIXA (R\$)				
Descrição		Ano 1	Ano 2	Ano 3
<b>1. Saldo Inicial</b>		<b>0</b>	<b>R\$ 21.076,00</b>	<b>R\$ 28.857,03</b>
<b>2. Entradas</b>				
	Recebimentos de Vendas	R\$ 71.200,00	R\$ 85.432,00	R\$ 94.829,52
<b>2%</b>	Perdas no Recebimento das Vendas	-R\$ 1.424,00	-R\$ 1.708,64	-R\$ 1.896,59
	Financiamentos de Terceiros	R\$ 0,00		
	Integralização dos Sócios	R\$ 3.851,00		
	<b>Total Entradas</b>	<b>R\$ 75.051,00</b>	<b>R\$ 83.723,36</b>	<b>R\$ 92.932,93</b>
<b>3. Saídas</b>				
	Custos Fixos: Salários	R\$ 22.000,00	R\$ 25.540,00	R\$ 27.327,80
	Custos Variáveis – Fornecedores	R\$ 24.920,00	R\$ 29.901,20	R\$ 33.190,33
	Impostos s/Vendas	R\$ 3.204,00	R\$ 5.456,69	R\$ 6.201,85
	Distribuição de Lucros	R\$ 0,00	R\$ 15.044,44	R\$ 16.054,16
	Investimentos / Reinvestimentos	R\$ 3.851,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
	<b>Total Saídas</b>	<b>R\$ 53.975,00</b>	<b>R\$ 75.942,33</b>	<b>R\$ 82.774,14</b>

<b>4. Saldo</b>				
<b>Período</b>		<b>R\$ 21.076,00</b>	<b>R\$ 7.781,03</b>	<b>R\$ 10.158,79</b>
<b>5. Saldo Final</b>		<b>R\$ 21.076,00</b>	<b>R\$ 28.857,03</b>	<b>R\$ 39.015,82</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

O pesquisador optou aqui por incluir uma taxa de perda de 2% nas contas a receber, cálculo esse devido à inadimplência.

Para um cálculo mais exato, foi adicionado as saídas, o imposto sobre venda, dando assim uma noção maior e exata das contas da empresa, mostrando assim um resultado mais condizente com a realidade caso a empresa venha optar por cadastrar se.

O pesquisador fez o uso de uma alíquota de 4,5% para o calculo do imposto sobre venda, como descrita na tabela a seguir onde esta a as alíquotas para cada faturamento, a alíquota de 4,5 % é para empresas que não atingem faturamento bruto superior a R\$ 180.000 por ano, que e o caso da empresa estudada que em nem uma momento dos fluxos de caixa atingiu esse valor.

Para titulo de conhecimento ainda teria o cadastro no MEI – Microempreendedor individual, mas essa situação só cabe a empresas a qual o faturamento não e superior a R\$ 36.000 reais anual, SEBRAE (2009).

Tabela 10 - Alíquotas e partilha do simples nacional

<b>ALÍQUOTAS E PARTILHA DO SIMPLES NACIONAL</b>	
<b>Receita Bruta em 12 meses (em R\$)</b>	<b>Alíquota</b>
Até 180.000,00	4,50%
De 180.000,01 a 360.000,00	5,97%
De 360.000,01 a 540.000,00	7,34%
De 540.000,01 a 720.000,00	8,04%
De 720.000,01 a 900.000,00	8,10%

Fonte: Tactus contabilidade (2012).

Na análise do fluxo de caixa projetado para 3 anos podemos constatar o quanto a empresa se mostra prospera, apresentando resultados positivos e muito expressivos em todos os anos calculados, mesmo fazendo o uso dos cálculos de

inadimplência e as alíquotas de impostos a qual a empresa ainda não paga por não estar cadastrada, ela tem se mostrado muito rentável.

Logo no primeiro ano de funcionamento ela apresenta um saldo final de R\$ 21,076 reais, mostrando condições de se manter no mercado.

Abaixo esta a tabela com o DRE da empresa projetado para 3 anos.

Tabela 11 - Demonstração do resultado do exercício

<b>Demonstração do Resultado do Exercício – DRE</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>
<b>(+) Receita de Vendas</b>	<b>R\$ 77.600</b>	<b>R\$ 86.136</b>	<b>R\$ 95.611</b>
( - ) Impostos	R\$ 3.492	R\$ 5.633	R\$ 6.253
( - ) Comissão	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
( - ) Royaltis	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
<b>(= ) Receita Líquida</b>	<b>R\$ 74.108</b>	<b>R\$ 80.503</b>	<b>R\$ 89.358</b>
( - ) Custos Variáveis	R\$ 27.160	R\$ 30.148	R\$ 33.464
<b>(= ) Margem de Contribuição</b>	<b>R\$ 46.948</b>	<b>R\$ 50.355</b>	<b>R\$ 55.894</b>
( - ) Custos Fixos	R\$ 24.032	R\$ 25.712	R\$ 27.510
( - ) Perdas com Vendas	R\$ 1.424	R\$ 1.709	R\$ 1.897
( - ) Despesas/Receitas Financeiras	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
<b>( = ) Lucro Antes do I. de Renda</b>	<b>R\$ 21.492</b>	<b>R\$ 22.935</b>	<b>R\$ 26.488</b>
( - ) Resultado Operacional Líquido	R\$ 21.492	R\$ 22.935	R\$ 26.488
( - ) Imposto de Renda e CSSL	R\$ 0	R\$ 0	R\$ 0
<b>( = ) Resultado Líquido do Exercício</b>	<b>R\$ 21.492</b>	<b>R\$ 22.935</b>	<b>R\$ 26.488</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

A receita líquida é o faturamento bruto da empresa menos os impostos, comissões e *Royaltis* que ela tem que pagar, a margem de contribuição é a receita líquida menos custos fixos, despesas com perda e despesas financeiras.

O resultado líquido do exercício é o mesmo por não ter sido descontado o imposto de renda. Ele ficou em R\$ 21.492 no primeiro ano, mas com uma projeção para o terceiro ano de R\$ 26.488, e o faturamento total do primeiro ano de atividade ficou em R\$ 77.600.

#### 4.8 ANALISE DOS INDICADORES

Para a confirmação de viabilidade foram feitos alguns indicadores para análise de rentabilidade, tempo de retorno do investimento, ponto de equilíbrio entre outros que estão nas tabelas 12 e 13 a seguir.

Tabela 12 – Análises financeiras

<b>Análises Financeiras</b>			
Descrição	Ano 1	Ano 2	Ano 3
<b>Bases de Cálculo</b>			
Faturamento Bruto	R\$ 77.600,00	R\$ 86.136,00	R\$ 95.610,96
(-) Investimento Inicial	R\$ 3.851,00		
Saldo Líquido de Caixa Total	R\$ 19.652,00	R\$ 7.708,87	R\$ 10.078,69
Valor Atual do Saldo Líquido de Caixa	R\$ 17.088,70	R\$ 5.829,01	R\$ 6.626,90
Saldo Líquido de Caixa Operacional	R\$ 18.996,00	R\$ 22.753,31	R\$ 26.132,85
Valor Atual do Saldo Líquido de Caixa Operacional	R\$ 16.518,26	R\$ 17.204,77	R\$ 17.182,77
Custos Fixos	R\$ 24.031,95	R\$ 25.711,95	R\$ 27.509,55
<b>Margem de Contribuição</b>	R\$ 46.948,00	R\$ 50.355,11	R\$ 55.894,17
<b>Lucro Líquido do Exercício</b>	R\$ 21.492,05	R\$ 22.934,52	R\$ 26.488,03

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Na tabela 13 temos os principais indicadores de rentabilidade que ajudam na análise financeira da empresa.

Tabela 13 - Análises

<b>ANÁLISES</b>			
<b>Ano</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Ponto de Equilíbrio - %	51,19%	51,06%	49,22%
- R\$	R\$ 39.722,23	R\$ 43.982,12	R\$ 47.057,05
Lucratividade – Período	27,70%	26,63%	27,70%
- Acumulada	27,70%	27,13%	27,34%
Rentabilidade – Período	558,09%	595,55%	687,82%
- Acumulada	558,09%	1153,64%	1841,46%
VPL - Valor Presente Líquido		R\$ 35.042,11	
TMA-Taxa Mínima de Atratividade (Anual)		15,00%	
TIR - Taxa Interna de Retorno		456,29%	
Período de Payback (1)		0,35	<b>Anos</b>
Período Médio de Payback (2)		0,50	<b>Anos</b>
Período Efetivo de Payback (3)		0,23	<b>Anos</b>

Fonte: Elaborado pelo pesquisador (2015).

Analisando os indicadores de viabilidade, podemos dizer que:

O ponto de equilíbrio é o que o volume de vendas precisa atingir para cobrir os custos fixo, variáveis e impostos. Quando igual à zero significa que todos os custos foram pagos, no caso da empresa em seu primeiro período ela precisa de 51,19 do volume de vendas para cobrir seus custos.

A lucratividade do negocio e todo o lucro gerado pelas vendas nesse caso ficou em 27,70%.

A rentabilidade é todo o capital investido no seu primeiro ano, e os resultados obtidos que ficaram em 558,09% no primeiro período podendo chegar a 687,82% no terceiro ano de recuperação.

O valor presente líquido ficou em 35.042,11 com uma taxa de atratividade de 15%.

A taxa interna de retorno foi de 456,29 %.

O período efetivo de *payback* que indica em quanto tempo todo o dinheiro investido pode ser recuperado ficou em 0,23 anos, ou seja, por volta de 2 meses e 22 dias de atividade.

## 5 CONCLUSÃO

O sonho de muita gente é o de ser dono do seu próprio negócio e não depender de patrão, mas o que poucos sabem é que há muitas dificuldades pelo caminho e um bom empreendedor não chega lá por acaso.

É preciso se ter disposição para os negócios. Executar suas tarefas com muita vontade competência e ousadia também fazem parte dessa lista, tentar sempre ser o diferencial procurar por sempre estar se renovando trabalhar muito e buscar sempre conhecimento do mercado, parece fácil quando se olha de longe um empresário bem sucedido, mas o que não se sabe é o quanto ele batalhou para estar lá, no patamar que conquistou.

No Brasil ainda temos poucas iniciativas próprias de abertura de seu negócio, mas o que vimos foi uma crescente nesses últimos anos, com ao advento da internet e sua popularização, vimos crescer esse nicho de pessoas que talvez pelas dificuldades com distribuição venda e compra de matérias primas se via desmotivada para começar a empreender.

Este estudo aborda essa questão, onde o empreendedor da empresa em estudo tinha medo de seguir em frente com seu negócio, mesmo ele parecendo às vezes ser altamente rentável. O pesquisador usou de todos os métodos disponíveis para um resultado mais fiel possível, mesmo sendo às vezes quase que impossível mensurar alguns gastos e pelo fato da empresa não ter controle algum de suas atividades isso ficou bem complicado e trabalhoso. Por outro lado, o fato do pesquisador ser amigo do proprietário, essas dificuldades puderam ser contornadas em muitas vezes com perguntas fora do contexto da pesquisa.

Mesmo os resultados muitas vezes não parecerem ser significativos o pesquisador não pode ignorar o fato de a empresa conseguir pagar um salário de R\$ 2.000,00 reais mensais ao dono da empresa, e ainda assim sobrar um lucro de 1.865,00, representando assim uma lucratividade de 27,70 sobre as vendas.

Também não pode ser ignorado o fato do empreendedor ainda não ter registrado sua empresa no simples nacional e assim pagar seus impostos como toda empresa deve fazer, e por esse motivo o pesquisador a partir do quadro 9 opta por incluir os custos proveniente do pagamento de impostos nos cálculos afim de chegar em um resultado mais condizente com a realidade das empresas que já estão no mercado.

Se levarmos em conta todo o capital investido que foi de R\$ 3.851,00 reais temos uma taxa de retorno de 456,29 % lembrando que quanto maior a taxa melhor, ou seja, mais rápido o proprietário conseguem obter o retorno do capital investido.

Na análise dos dados tabulados todos os indicativos mostraram se positivo para a empresa diante desse cenário o pesquisador pode afirmar que a viabilidade econômica e financeira da empresa são indicadores positivos e que sustentam suas obrigações com salários, encargos trabalhistas, e é capaz de honrar suas obrigações com os seus fornecedores, tem uma gama de mercado a ser explorado muito grande, já mais foi feito nem um tipo de propaganda da empresa, o que fez a imagem dela até agora foi o boca a boca, isso o torna ainda mais atrativa para futuros investimentos e até mesmo estudo futuros.

Talvez o próximo passo do proprietário seja a contratação e treinamento de um funcionário, fazendo com que sua jornada de trabalho possa ser diminuída, diminuindo seu cansaço físico e mental.



## REFERÊNCIAS

AIDAR, Marcelo M. **Empreendedorismo**. São Paulo: Thomson Learning, 2007

BARBOZA JÚNIOR, Derli Cruz; CINTRA, Renato Fabiano; BAGGIO, Daniel Knebel. **Análise da formação de preço de venda em farmácia**: um estudo de caso. Revista de Estudos de Administração, v. 9, n. 17, art. 4, pp. 91 - 116, 2008. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/1940/analise-da-formacao-de-preco-de-venda-em-farmacia--um-estudo-de-caso>>. Acesso em: 27 set 2015.

BARON, Robert A.; SHANE, Scott A. **Empreendedorismo**: uma visão do processo. São Paulo: Thompson Learning, 2007.

BORNIA, Antonio Cezar. **Análise Gerencial de Custos**: Aplicação em empresas modernas. Porto Alegre: Bookman, 2002.

BRITTO, Francisco; WEVER, Luiz. **Empreendedores brasileiros**: vivendo e aprendendo com grandes nomes. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

BRITO, Paulo. **Análise de projetos de investimentos – 2. Ed.** São Paulo: Atlas, 2006.

BUARQUE, C. **Avaliação econômica de projetos**: uma apresentação didática. 21 reimpressão. Traduzido do espanhol por Maria do Carmo Duarte de Oliveira. Rio de Janeiro: Elsevier, 1984.

CAMLOFFSKI, Rodrigo. **Análise de investimentos e viabilidade financeira das empresas**. – São Paulo, Atlas, 2014.

Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira Thompson, 2002.

**Empreendedorismo no Brasil**: 2008 / Simara Maria de Souza Silveira

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 4 ed. São Paulo, 1996.

CHENG, Ângela; MENDES, Márcia Martins. **A importância e a responsabilidade da gestão financeira na empresa**. Caderno de Estudos nº 01, São Paulo, FIECAFI –Out. 1989,

CHÉR, Rogério. **O meu próprio negócio**: todos os passos para avaliação, planejamento, abertura e gerenciamento de um negócio próspero. São Paulo (SP): 2002.

CHIAVENATO, Idalberto. **Recursos humanos**: O capital humano nas organizações. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

CHIAVENTO, Idalberto. **Recursos humanos. Edição compacta**. São Paulo: Editora Atlas, 2002

CORBARI, Ely Célia. **Administração estratégica de custos**. Curitiba: IESDE, 2012, 240p.

DOLABELA, Fernando. **O Segredo de Luísa**. São Paulo: Cultura Editora Associados, 1999.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: A metodologia de ensino**. 2ª ed. São Paulo: 2006.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando idéias em negócios**. 3. ed. - Rio de Janeiro : Empreende / LTC, 2005.

DRUCKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor (entrepreneurship): prática e princípios** 6ª ed./Peter F. Drucker; tradução de

DUTRA, Joel Souza. **Gestão de Pessoas. Modelo, processos, tendências e perspectivas**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

HIRSCHFELD, H. **Engenharia econômica e análise de custos: aplicações práticas para economistas, engenheiros, analistas de investimentos e administradores**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

HISRIC, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

KMETEUK FILHO, Osmir. **Pesquisa e análise estatística**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 2005.

LEZANA, Álvaro G. Rojas. **Modelos de Desenvolvimento Gerencial e Empreendedorismo**. Apostila do Curso de Mestrado em Engenharia da Produção, UFSC, Florianópolis 2000.

MARINI, Luís Eduardo Magalhães C. et al. **Gestão pública: o debate contemporâneo**. Salvador/In, Fundação, 2003. (Cadernos da Fundação Luís Eduardo Magalhães, v.7) p.21-55.

MARRAS, Jean Pierre. **Administração de recursos humanos: do operacional ao estratégico**. 3. ed São Paulo: Futura. 2000.

MEYER, Michael. **O complexo de Alexandre**. Rio de Janeiro: Record, 1992.

MOTTA, Regis da Rocha, CALOBA, GUILHERME Marques. **Análise de Investimento – tomada de decisão em projetos industriais**. São Paulo: Atlas, 2002.

MOTTA, Regis da Rocha, CALÔBA, Guilherme Marques. **Análise econômica e financeira de projetos**. São Paulo: Atlas, 2002.

PEREIRA, Luis Carlos Bresser. **Economia e Administração** : Mercado e Poder . *Rev. adm. empres.* [online]. 1979, vol.19, n.4, pp. 39-43. ISSN 0034-7590.

PRESTES, Maria Luci de Mesquita. **A pesquisa e a construção do conhecimento que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. São Paulo.ed. Cultura Rêspel, 2003.

KASSAI, José Roberto... [et. Al]. **Retorno de investimentos**: abordagem matemática e contábil do lucro operacional. -2. Ed. São Paulo: Atlas, 2000.

RIBEIRO, O. M. **Contabilidade básica fácil**. 20. ed. Ed. Saraiva, 1996.

RITA DE CÁSSIA DA COSTA MALHEIROS / LUIZ ALBERTO FERLA / CRISTIANO J. C. DE ALMEIDA CUNHA, organizadores. **Viagem ao Mundo do Empreendedorismo**. Florianópolis : IEA W Instituto de Estudos Avançados. 2ª edição, 2005.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo; BECKER, Grace Vieira; MELLO, Maria Ivone de. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração**: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

SALIM, C. S.. et al. **Construindo planos de negócios**: todos os passos necessários para planejar e desenvolver negócios de sucesso. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

SCHIMIDT, Paulo, SANTOS, José Luiz dos. **Fundamentos da Controladoria**. São Paulo: Atlas, 2006.

SEBRAE NACIONAL: Serviço de Apoio as Micros e Pequenas Empresas. **O início de um novo negócio um alerta ao empreendedor**. 2008. Disponível em: <[www.negociocerto.sebrae.com.br](http://www.negociocerto.sebrae.com.br)>. Acesso em 31 ago. 2014. UFSC, Florianópolis, 2000.

SEBRAE/RS. **Custo e formação do preço de venda no comércio**. Porto Alegre, Sebrae/RS, 1996. Série Talentos Empreendedores. Volume 5.

SILVA, Jose Pereira da. **Análise financeira das empresas** – 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2001.

SOUZA, A. B. de. **Projetos de investimento de capital**: elaboração, análise, tomada de decisão. São Paulo: Atlas, 2003. UFSC, Florianópolis, 2000.

SOUZA, Alceu, CLEMENTE, Ademir. **Decisões financeiras e análises de investimento**. 4 ed. – São Paulo: Atlas, 2001.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2007.